

**PENGARUH FITUR LAYANAN DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI DANA DI JURUSAN MANAJEMEN UNSRAT ANGGKATAN 2023**

*THE EFFECT OF SERVICE FEATURES, AND SECURITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE IN STUDENTS WHO USE DANA APPLICATIONS AT THE UNSRAT MANAGEMENT DEPARTMENT BATCH 2023*

**Nikita Putri Lestari<sup>1</sup>, Altje Lenny<sup>2</sup>, Yunita Mandagie<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado

Correspondence		
Email: nikitaputrilestari78@gmail.com, althjetumbel21@unsrat.ac.id, mandagiey@unsrat.ac.id	No. Telp:	
Submitted: 15 September 2024	Accepted: 24 September 2024	Published: 25 September 2024

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Fitur Layanan, dan Keamanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Unsrat Angkatan 2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model penelitian menggunakan SmartPLS. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan literatur. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa manajemen angkatan 2023 yang ada di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Sam Ratulangi dengan jumlah 417 Mahasiswa, adapun teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* menggunakan rumus slovin, didapatkan sampel penelitian sebanyak 100 Mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Fitur Layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023. 2) Keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023. 3) Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023. 4) Fitur Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023. 5) Keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023. 6) Fitur Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023. 7) Keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023.

**Kata kunci :** Fitur Layanan, Keamanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

**ABSTRACT**

*This study aims to analyse the effect of Service Features, and Security on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable in Students Using the Dana Application in the Unsrat Management Department Batch 2023. This research uses a quantitative approach with a research model using SmartPLS. Data were collected through questionnaires and literature. The population in this study were all 2023 management students in the faculty of economics and business, Sam Ratulangi University with a total of 417 students, while the sampling technique was purposive sampling using the Slovin formula, obtained a research sample of 100 students. The results showed that: 1) Service Features do not have a significant influence on Customer Loyalty in students using the funds application at the Unsrat Management Department class of 2023. 2) Security does not have a significant influence on Customer Loyalty in students using the funds application at the Unsrat Management Department class of 2023. 3) Customer Satisfaction has a significant influence on Customer Loyalty in students using the funds application at the Unsrat Management Department class of 2023. 4) Service Features have a significant influence on Customer Satisfaction in students using the funds application at the Unsrat Management Department class of 2023. 5) Security has a significant*

*influence on Customer Satisfaction in students using the funds application at the Unsrat Management Department class of 2023. 6) Service Features have a significant influence on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in students using the funds application at the Unsrat Management Department class of 2023. 7) Security has a significant influence on Customer Loyalty through Customer Satisfaction on students who use the funds application at the Unsrat Management Department class of 2023.*

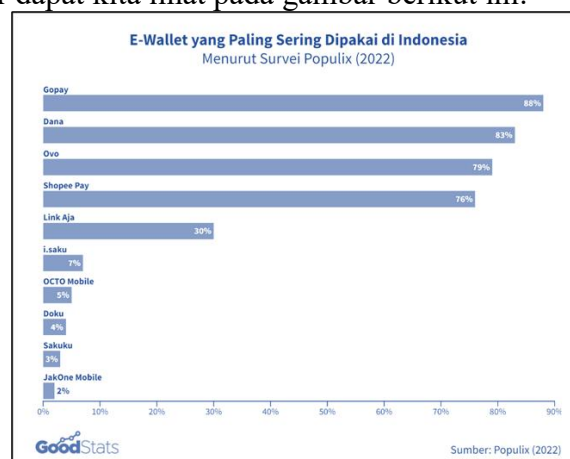
**Keywords:** Service Features, Security, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty

## PENDAHALUAN

### Latar Belakang

Perkembangan teknologi khususnya dalam sistem pembayaran dan penyimpanan uang elektronik (*e-wallet*) terus mengalami kenaikan baik dari sisi peningkatan nilainya maupun volume transaksi dikarenakan adanya dukungan dari teknologi komunikasi dan informatika yang terus menerus berkembang. Di masa yang semakin canggih ini, masyarakat membutuhkan sesuatu yang cepat dan mudah untuk dilakukan demi kelangsungan dan memperoleh kinerja yang baik (Subrata *et al.*, 2020).

Ketergantungan masyarakat terhadap *smartphone* saat ini menjadi sebuah kesempatan bagi penyedia layanan *e-wallet* untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Kehadiran *e-wallet* merupakan solusi bagi masyarakat untuk mengatasi banyaknya waktu yang terbuang dalam melakukan proses pembayaran, seperti mengambil uang terlebih dahulu di ATM, memecah nominal uang, mengembalikan uang dan lainnya. Efisiensi dan efektivitas dari tindakan ini menarik pengguna untuk menggunakannya. Pembayaran dompet digital telah populer dan paling diterima sebagai metode pembayaran yang muncul di negara maju dan berkembang. Dompet digital terus tumbuh dan terus meningkat yang disebabkan banyak faktor, salah satunya dikarenakan pada masa Pandemi Covid19 kemarin *World Health Organization* (WHO) menganjurkan agar kiranya dapat mengurangi aktivitas secara fisik, jaga jarak atau *physical distancing* dan bekerja dari rumah *work from home* (WFH) sehingga membuat banyak konsumen serta masyarakat terinspirasi untuk melakukan aktivitas dengan kontak fisik seminim mungkin, termasuk melakukan transaksi pembayaran (Aji *et al.*, 2020). Namun seiring dengan semakin pesatnya persaingan dan perkembangan teknologi, kini *e-wallet* di Indonesia bukan hanya T-cash dan Paypro melainkan telah hadirnya Gopay, DANA, OVO, Shopee Pay, LinkAja, OCTO mobile, DOKU, Sakuku, dan JakOne *e-wallet*. Sebagaimana persaingan penyedia uang elektronik atau dompet digital ditanah air dapat kita lihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Data Penggunaan E-Wallet di Indonesia

Data tersebut menunjukkan bahwa persaingan dompet digital Indonesia semakin

ketat, seiring dengan semakin meningkatnya transaksi digital masyarakat selama beberapa tahun terakhir. Sebagaimana kita lihat pada data tersebut merupakan sebuah survei yang dilakukan oleh Populix menunjukkan, saat ini terdapat 5 uang elektronik yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu Gopay, DANA, OVO, Shopee Pay, dan LinkAja. Survei yang bertajuk "*Consumer Preference Towards Banking and e-Wallet Apps*" itu dilakukan secara daring terhadap 1.000 responden berusia 18-55 di sejumlah kota besar di Indonesia yang hasilnya GoPay menjadi diposisi pertama sebagai uang elektronik yang paling banyak digunakan dengan nilai 88 %, kemudian disusul DANA 83 %, OVO 79 %, ShopeePay 76 %, dan LinkAja 30 % (Populix, 2022).

Aplikasi DANA juga berinovasi dengan membangun teknologi dompet digital yang terhubung dan terintegrasi langsung pada platform merchant rekanan, seperti di Bukalapak, TixID, Ramayana dan lainnya. Untuk layanan *online* pada aplikasi DANA yang dapat terintegrasi pada platform merchant, maka pengguna dapat melakukan proses pembayaran dengan menggunakannya secara mudah dan aman tanpa harus keluar dari platform *merchant* (Suhendry, 2021). Penggunaan aplikasi pembayaran digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Salah satu aplikasi yang menonjol di Indonesia adalah DANA, yang menawarkan berbagai fitur layanan dan keamanan untuk memfasilitasi transaksi keuangan secara cepat dan efisien. Namun, keberhasilan aplikasi ini tidak hanya ditentukan oleh keunggulan fitur layanan dan tingkat keamanan yang disediakan, tetapi juga oleh bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan sebagai variabel yang penting dalam penelitian ini, karena loyalitas tidak hanya mencerminkan kepuasan yang dirasakan pengguna saat ini, tetapi juga komitmen mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut di masa mendatang dan merekomendasikannya kepada orang lain. penelitian nya bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Keamanan didefinisikan sebagai kemampuan dari *website* perusahaan *online* untuk melindungi informasi pribadi konsumen dan data transaksi keuangannya yang mungkin dicuri selama terjadi hubungan di antara mereka (Iskandar dan Nasution 2019). DANA memiliki tiga metode dalam hal verifikasi yaitu PIN, OTP dan DANA Viz (*Face Verification*). Keamanan merupakan salah satu faktor yang wajib diperhatikan dalam penggunaan *e-wallet* karena jaminan rasa aman yang diberikan akan memunculkan kepercayaan terhadap para pengguna *e-wallet* sehingga akan meningkatkan minat untuk melakukan transaksi atau pembayaran melalui *e-wallet* tersebut. Fitur keamanan diberikan guna menjaga data diri pengguna agar tidak disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, karena saat masuk ke dalam aplikasi dan bertransaksi dibutuhkan kode keamanan.

Penulisan penelitian ini juga turut didasarkan permasalahan yang timbul dari layanan sistem pembayaran elektronik, dimana berdasarkan hasil riset mandiri sebelumnya yang dilakukan oleh Tirto bekerjasama dengan Jakpat pada 11 Oktober 2017 terhadap 1.002 responden untuk mengetahui rasa khawatir masyarakat diwilayah Jabodetabek dalam penggunaan pembayaran elektronik, menyimpulkan bahwa responden mengetahui jika data mereka otomatis terekam, dan ternyata ada 50,90% yang “khawatir” perihal privasi dan adanya pencurian data pribadi yang dijual kepada pihak lain (Subrata et al., 2020).

Berdasarkan penjelasan dari temuan, hasil wawancara dan juga penelitian yang dilakukan sebelumnya maka penelitian ingin mencoba melakukan penelitian yang lebih dalam dan lebih luas lagi yaitu dengan menggunakan responden dari anak muda sehingga responden yang akan digunakan dalam penelitian tidak didominasi oleh orang dewasa saja melainkan di kalangan anak muda yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya

Jurusan Manajemen UNSRAT Angkatan 2023. Berdasarkan informasi yang disampaikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Fitur Layanan dan Keamanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Unsrat Angkatan 2023”**

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Fitur Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Dompot Digital DANA pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UNSRAT angkatan 2023.
2. Untuk mengetahui apakah Keamanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Dompot Digital DANA pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UNSRAT angkatan 2023.
3. Untuk mengetahui apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Dompot Digital DANA pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UNSRAT angkatan 2023.
4. Untuk mengetahui apakah Fitur Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Dompot Digital DANA pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UNSRAT angkatan 2023.
5. Untuk mengetahui apakah Keamanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Dompot Digital DANA pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UNSRAT angkatan 2023.
6. Untuk mengetahui apakah Fitur Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Dompot Digital DANA pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UNSRAT angkatan 2023 melalui Kepuasan Pelanggan.
7. Untuk mengetahui apakah Keamanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Dompot Digital DANA pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UNSRAT angkatan 2023 melalui Kepuasan Pelanggan.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Fitur layanan**

Menurut Mullins dalam buku Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Indahsari, 2019:33), karakteristik adalah karakteristik atau kualitas dari sesuatu, misalnya suatu produk atau jasa. Dalam teknologi atau produk digital, fitur dapat merujuk pada fitur dan kemampuan yang tertanam pada produk, seperti desain, kegunaan, kinerja, dan fungsionalitas. Penting untuk mempertimbangkan fitur mana yang penting bagi Anda dan bagaimana fitur tersebut dapat memengaruhi pengalaman dan kepuasan Anda secara keseluruhan.

#### **Keamanan**

Keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Pada dasarnya keamanan pada sistem informasi saat ini telah banyak dibangun oleh para kelompok analis dan programmer namun pada akhirnya ditinggalkan oleh para pemakainya karena sistem yang dibangun lebih berorientasi pada pembuatnya sehingga berakibat sistem yang dipakai sulit untuk digunakan atau kurang user friendly bagi pemakai sehingga keamanan dari sistem informasi yang dibangun tidak terjamin. Walaupun begitu sistem informasi telah memberikan kesempatan bagi perbankan untuk mengembangkan layanan berbasis internet salah satunya ialah uang elektronik. Menurut G. J. Simons (dalam Chazar, 2015) keamanan sistem informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan

(*cheating*) atau, paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

### **Kepuasan Pelanggan**

Tjiptono dan Diana (2020), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi pelayanan yang sebenarnya. Menurut Kotler Keller., (2021), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar.

### **Loyalitas Pelanggan**

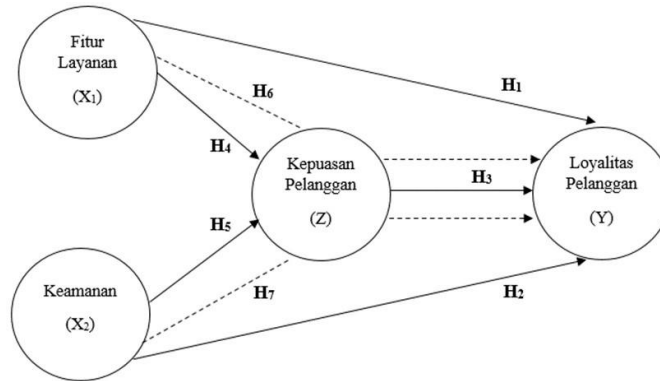
Loyalitas pelanggan merupakan perilaku yang mencerminkan niat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Sebagai salah satu sikap mental pelanggan, loyalitas ini ditandai dengan kesan positif terhadap perusahaan, komitmen untuk melakukan pembelian ulang, serta keinginan untuk merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain (Sinulingga & Sihotang, 2023).

### **Penelitian Terdahulu**

Indriana (2020), Penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Fintech* Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi DANA” Variabel dependen dari penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen *Fintech* dan Variabel independen adalah Kemudahan dan Keamanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan dan Keamanan terhadap kepuasan konsumen yang berpengaruh positif dan signifikan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dengan penggunaan rumus lemeshow karena data populasi yang sulit diketahui secara pasti, sehingga didapatkan hasil sampel yaitu 96 responden dengan menggunakan teknik non probability sampling

Novyantri dan Setiawardani (2021), Penelitian ini berjudul “*The Effect Of E-Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As A Mediation Variable On Dana’s Digital Wallet (Study On Dana Users)*”. Variabel independen penelitian ini adalah *e-service quality* dan variabel dependen adalah loyalitas konsumen dengan variabel kepuasan konsumen sebagai mediasi. Data dianalisis menggunakan analisis jalur. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 163 responden dari konsumen DANA yang diambil dengan teknik purposive sampling dan menggunakan data primer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan DANA, *e-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan DANA, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan DANA, dan kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara *e-service quality* dengan loyalitas pelanggan DANA.

## Model Penelitian



**Gambar 2. Kerangka Berpikir**

*Sumber: Kajian Teoritik*

**Hipotesis Penelitian**

H1: Diduga Fitur Layanan berpengaruh

terhadap Loyalitas Pelanggan H2: Diduga

Keamanan berpengaruh terhadap Loyalitas

Pelanggan

H3: Diduga Kepuasan Pelanggan berpengaruh

terhadap Loyalitas Pelanggan H4: Diduga Fitur

Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H5: Diduga Keamanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H6: Diduga fitur layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

melalui kepuasan pelanggan H7: Diduga Keamanan berpengaruh

terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

**METODE PENELITIAN****Jenis Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel fitur layanan, persepsi manfaat, keamanan dan kepuasan pelanggan aplikasi dompet digital DANA. Penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner sebagai data primer dan data sekunder digunakan untuk memperkuat argumentasi yang diperoleh dari website atau sumber yang ada. Subyek yang dipilih peneliti berlokasi di Jurusan Ekonomi dan Bisnis UNSRAT. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel fitur layanan, persepsi manfaat dan keamanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y).

**Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Universitas Sam Ratulangi Jurusan Manajemen angkatan 2023 yang berjumlah 417 Mahasiswa. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 Mahasiswa Jurusan Manajemen UNSRAT Angkatan 2023 yang sedang menggunakan aplikasi dompet digital DANA.

**Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui kuesioner, sedangkan data sekunder didapat melalui buku, jurnal, lembaga survei, website, dan artikel atau beritadi internet. Peneliti meneliti perpustakaan melalui buku dan mencari artikel atau jurnal melalui internet untuk melengkapi data

**Teknik Pengumpulan Data**

Sugiyono (2017) mengatakan bahwa kuisisioner adalah strategi pengumpulan informasi di mana responden diminta untuk pertanyaan atau pernyataan tertulis yang disusun untuk mengetahui tanggapan mereka. Skala Likert digunakan dalam kuisisioner penelitian ini, yang merupakan skala untuk mengukur pendapat, sikap dan penilaian individu atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012: 93).

**Teknik Analisis Data**

Berdasarkan hipotesis yang telah ditetapkan, maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan menggunakan model analisis jalur dan menggunakan

program SmartPLS versi 4.0 untuk mengolah data kuesioner.

### **Analisis Partial Least Square (PLS)**

Dalam penelitian ini, data dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS). PLS merupakan teknik statistik multivariat yang memungkinkan perbandingan antara beberapa variabel dependen dan independen. Metode PLS adalah salah satu pendekatan statistik dalam Structural Equation Modeling (SEM) yang berfokus pada permasalahan spesifik dalam data, seperti sampel penelitian yang kecil, kehilangan data, dan multikolinearitas.

### **Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas dalam penelitian. Uji validitas bertujuan untuk menentukan sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur konsep yang seharusnya diukur (Sanaky, Saleh, & Titaley, 2021). Di sisi lain, uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep, serta konsistensi responden dalam menjawab setiap item dalam kuesioner atau instrumen penelitian.

### **Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)**

Menurut (Fanulene & Soediantono, 2022) evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) merupakan upaya untuk memprediksi hubungan kausalitas antara variabel laten. Analisis inner model dilakukan untuk memastikan kekuatan dan keakuratan model struktural yang dibangun (Dulyadi, 2021). Dalam evaluasi struktur model pada penelitian ini, digunakan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan uji Q-square.

### **Uji Multikolinearitas (VIF)**

Nilai VIF harus kurang dari 5, karena bila lebih dari 5 mengindikasikan adanya kolinearitas antar konstruk (Sanjaya & Budiono, 2021).

### **Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis akan dilakukan menggunakan uji t dengan metode bootstrapping. Dalam proses ini, koefisien jalur atau inner model digunakan untuk menunjukkan tingkat signifikansi selama pengujian hipotesis. Untuk hipotesis two-tailed, nilai T-statistik harus melebihi 1,96, sedangkan untuk hipotesis one-tailed, nilai T-statistik harus lebih dari 1,64 pada tingkat signifikansi 5% dan power 80%. Nilai T-statistik ini diperoleh melalui proses bootstrapping (Fanulene & Soediantono, 2022).

### **Pengujian Hipotesis Variabel Intervening**

Uji variabel intervening dilakukan menggunakan pendekatan bootstrapping. Interval kepercayaan bootstrap yang sudah dikoreksi dari bias adalah metode terbaik untuk menguji efek mediasi dan suppressi (Dulyadi, 2021). Hal ini berkaitan erat dengan sampel yang akan digunakan. Pengujian efek mediasi dengan menggunakan Smart PLS tetap efektif meskipun ukuran sampel penelitian kecil

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

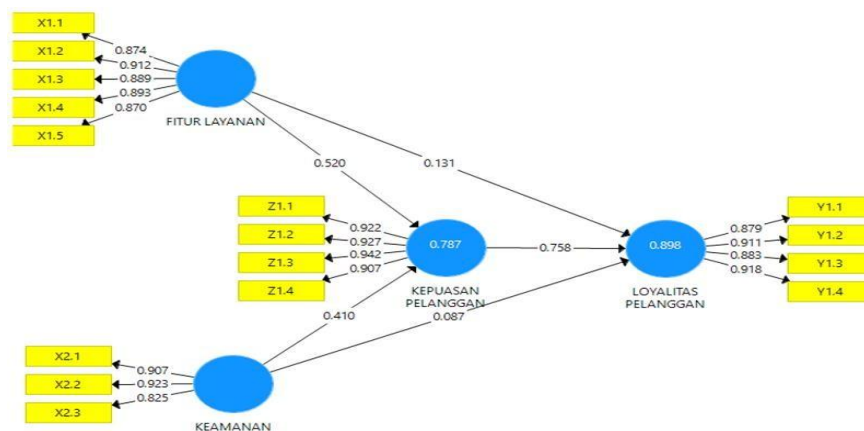
#### ***Evaluation of Measurement Model (Outer Model) Validitas Konvergen***

Tabel 1. Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Outer Loadings	Keterangan
Fitur Layanan	X1.1	0.874	Valid
	X1.2	0.912	Valid
	X1.3	0.889	Valid
	X1.4	0.893	Valid
	X1.5	0.870	Valid
Keamanan	X2.1	0.907	Valid
	X2.2	0.923	Valid
	X2.3	0.825	Valid
Kepuasan Pelanggan	Z1.1	0.922	Valid
	Z1.2	0.927	Valid
	Z1.3	0.942	Valid
	Z1.4	0.907	Valid
Loyalitas Pelanggan	Y1.1	0.879	Valid
	Y1.2	0.911	Valid
	Y1.3	0.883	Valid
	Y1.4	0.918	Valid

Sumber: Hasil olah data SmartPLS, 2024

Dalam tabel 1, menunjukkan bahwa nilai beban luar (outer loading) untuk setiap variabel berada diatas 0.6. Menjelaskan bahwa semua indikator memiliki Validitas yang memadai dan dapat digunakan secara efektif dalam penelitian.



Gambar 3. Outer Model

## Validitas Diskriminan

**Tabel 2. Uji Validitas Diskriminan**

	FITUR LAYANAN_	KEAMANAN	KEPUASAN PELANGGAN_	LOYALITAS PELANGGAN
X1.1	0.874	0.684	0.728	0.724
X1.2	0.912	0.755	0.781	0.751
X1.3	0.889	0.723	0.767	0.752
X1.4	0.893	0.754	0.776	0.779
X1.5	0.870	0.714	0.744	0.768
X2.1	0.730	0.907	0.728	0.703
X2.2	0.733	0.923	0.779	0.759
X2.3	0.710	0.825	0.710	0.734
Z1.1	0.832	0.789	0.922	0.868
Z1.2	0.822	0.761	0.927	0.851
Z1.3	0.773	0.776	0.942	0.892
Z1.4	0.735	0.763	0.907	0.877
Y1.1	0.862	0.755	0.861	0.879
Y1.2	0.739	0.736	0.835	0.911
Y1.3	0.656	0.725	0.818	0.883
Y1.4	0.789	0.754	0.870	0.918

Sumber: Hasil olaham data SmartPLS, 2024

Berdasarkan hasil pada tabel 2, semua indikator memenuhi kriteria *discriminant validity*. Hal ini terlihat dari nilai *cross loading* yang menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan konstruknya sendiri daripada konstruk lain.

## Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)

**Tabel 3. Hasil Uji Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
FITUR LAYANAN_	0.933	0.933	0.949	0.788	Valid & Realibel
KEAMANAN	0.862	0.864	0.916	0.785	Valid & Realibel
KEPUASAN PELANGGAN_	0.943	0.944	0.959	0.855	Valid & Realibel
LOYALITAS Pelnggn	0.92	0.921	0.943	0.806	Valid & Realibel

Sumber: Hasil olahan data SmartPLS, 2024

Dari tabel 3, dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* untuk setiap variabel melebihi 0,70, sedangkan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* untuk semua variabel melebihi 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel telah memenuhi standar reliabilitas dan validitas, sehingga memungkinkan untuk melanjutkan ke tahap evaluasi model struktural.



**Evaluation of Structural Model (Inner Model)  
Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 4. Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>)**

Variabel	R-Square
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.898
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.787

Sumber: Hasil olahan data SmartPLS, 2024

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang dipengaruhi oleh faktor lain. Pertama, variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Fitur Layanan dan Keamanan. Kedua, variabel Loyalitas Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh X1, X2, dan Z. Pada tabel 4.11, hasil R-square untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.787. artinya 78,70% variasi dalam variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh Fitur layanan dan keamanan. Adapun nilai R-square untuk variabel loyalitas pelanggan adalah 0.898. Mengindikasikan bahwa 89.80% variasi dalam loyalitas pelanggan dijelaskan oleh Fitur Layanan, Keamanan dan Kepuasan Pelanggan.

**Predictive Relevance Q<sup>2</sup>**

Menurut (Dulyadi, 2021), nilai Q<sup>2</sup> digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model mampu memprediksi nilai observasi dan mengestimasi parameter-parameter. Jika nilai Q<sup>2</sup> > 0, ini menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik. Relevansi prediksi Q<sup>2</sup> dapat dihitung dengan metode berikut:

$$Q^2 = 1 - ((1 - R^2 \text{Kepuasan Pelanggan}) \times (1 - R^2 \text{Loyalitas Pelanggan}))$$

$$Q^2 = 1 - ((1 - 0,787) \times (1 - 0.898))$$

$$Q^2 = 0.978274$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa Q<sup>2</sup> > 0. (model prediksi yang baik).

**Uji Multikolinearitas (VIF)**

**Tabel 5. Uji Multikolinieritas**

	FITUR LAYANAN	KEAMANAN	KEPUASAN PELANGGAN	LOYALITAS PELANGGAN
FITUR LAYANAN			3.026	4.299
KEAMANAN			3.026	3.814
KEPUASAN PELANGGAN				4.700
LOYALITAS PELANGGAN				

Sumber: Hasil olah data SmartPLS, 2024

Berdasarkan nilai VIF dalam tabel diatas, tidak ada nilai VIF < 5 maka tidak ada masalah multikolinearitas.

**Uji Signifikansi (Bootsrapping) dan Hipotesis**

**Tabel 6. Pengaruh Langsung**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X1->Z	0.520	0.499	0.126	4.142	0.000
X1->Y	0.131	0.151	0.104	1.254	0.213
X2->Z	0.410	0.429	0.136	3.005	0.003



X2->Y	0.087	0.099	0.084	1.034	0.304
Z->Y	0.758	0.725	0.117	6.494	0.000

Sumber: Hasil olahan data SmartPLS, 2024

Berdasarkan data pada tabel, maka dapat disimpulkan hasil sebagai berikut:

- Hipotesis 1:** Diduga Fitur layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas, nilai *t-statistic* sebesar  $1.25 < 1.64$  dan nilai *p-values* sebesar  $0.213 > 0.05$ , sehingga variabel Fitur Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Maka, **Hipotesis 1 ditolak**.
- Hipotesis 2:** Diduga Keamanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas, nilai *t-statistic* sebesar  $1.03 < 1.64$  dan nilai *p-values* sebesar  $0.304 > 0.05$ , sehingga variabel Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Maka, **Hipotesis 2 ditolak**.
- Hipotesis 3:** Diduga Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas, nilai *t-statistic* sebesar  $6.49 > 1.64$  dan nilai *p-values* sebesar  $0.00 < 0.05$ , sehingga variabel Kepuasan Pelanggan dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Maka, **Hipotesis 3 diterima**.
- Hipotesis 4:** Diduga Fitur Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas, nilai *t-statistic* sebesar  $4.14 > 1.64$  dan nilai *p-values* sebesar  $0.00 < 0.05$ , sehingga variabel Fitur Layanan dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka, **Hipotesis 4 diterima**.
- Hipotesis 5:** Diduga Keamanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Unsrat angkatan 2023. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas, nilai *t-statistic* sebesar  $3.00 > 1.64$  dan nilai *p-values* sebesar  $0.003 < 0.05$ , sehingga variabel Keamanan dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka, **Hipotesis 5 diterima**.

### Uji Hipotesis Variabel Intervening (Mediasi)

Tabel 7. Pengujian tidak langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	P Values
X1 -> Z -> Y	0.395	0.367	0.114	0.001
X2 -> Z -> Y	0.311	0.311	0.107	0.005

Sumber: Hasil olahan data SmartPLS, 2024

- Hipotesis 6 :** Diduga Fitur Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen angkatan 2023. Berdasarkan tabel 4.15, ditemukan terjadi pengaruh positif signifikan secara tidak langsung atas variabel Fitur Layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dengan *path coefficient* sebesar 0.395 dan nilai *p-value* sebesar  $0.001 < 0.05$ . Berdasarkan hal tersebut maka **Hipotesis 6 diterima**.

7. **Hipotesis 7** : Diduga Fitur Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen angkatan 2023.

Berdasarkan tabel 4.15, ditemukan terjadi pengaruh positif signifikan secara tidak langsung atas variabel Keamanan terhadap loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan dengan *path coefficient* sebesar 0.311 dan nilai *p-value* sebesar  $0.005 < 0.05$ .

Berdasarkan hal tersebut maka **Hipotesis 7 diterima**

## Pembahasan

### Pengaruh Fitur Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2023. Hal ini didasarkan pada nilai *t-statistic* yang lebih kecil dari nilai kritis, serta nilai *p-values* yang lebih besar dari ambang batas signifikansi. Hal ini berarti bahwa perbedaan yang diamati antara kelompok pengguna yang dipengaruhi oleh fitur layanan yang tidak dipengaruhi bukanlah cukup besar untuk dianggap signifikan secara statistik.

### Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2023. Hal ini didasarkan pada nilai *t-statistic* yang lebih kecil dari nilai kritis, serta nilai *p-values* yang lebih besar dari ambang batas signifikansi. Hal ini berarti bahwa perbedaan yang diamati antara kelompok pengguna yang dipengaruhi oleh keamanan yang tidak dipengaruhi bukanlah cukup besar untuk dianggap signifikan secara statistik.

### Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Dalam penelitian yang mengevaluasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2023, ditemukan bahwa nilai *t-statistic* yang diperoleh lebih besar dari nilai kritis yang telah ditentukan. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji statistik tersebut signifikan. Selain itu, nilai *p-values* yang diperoleh lebih kecil dari tingkat signifikansi ditetapkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa uji statistik yang dilakukan adalah signifikan, menandakan adanya pengaruh yang nyata antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini memperkuat kesimpulan bahwa hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan tidak terjadi secara kebetulan, melainkan menunjukkan adanya hubungan yang signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan

### Pengaruh Fitur Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian yang mengevaluasi pengaruh fitur layanan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2023, ditemukan bahwa nilai *t-statistic* yang diperoleh lebih besar dari nilai kritis yang telah ditentukan. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji statistik tersebut signifikan. Selain itu, nilai *p-values* yang diperoleh lebih kecil dari tingkat signifikansi ditetapkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa uji statistik yang dilakukan adalah signifikan, menandakan adanya pengaruh yang nyata antara fitur layanan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Ditemukan bahwa *nilai t-statistic* yang diperoleh lebih besar dari nilai kritis yang telah ditentukan. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji statistik tersebut signifikan. Selain itu, nilai *p-values* yang diperoleh lebih kecil dari tingkat signifikansi ditetapkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa uji statistik yang dilakukan adalah signifikan, menandakan adanya pengaruh yang nyata antara keamanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks teori perilaku konsumen, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk persepsi terhadap keamanan layanan. Keamanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap aplikasi, mengurangi kecemasan mengenai risiko dan potensi kerugian, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Fitur Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pelanggan**

Hasil analisis menunjukkan bahwa fitur layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dengan *path coefficient* sebesar 0.395. Selain itu, nilai *p-value* sebesar 0.001 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05, menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Penemuan ini mengindikasikan bahwa fitur layanan yang berkualitas tidak hanya langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan tetapi juga berdampak pada loyalitas pelanggan melalui peningkatan kepuasan. Dengan kata lain, ketika mahasiswa merasa puas dengan fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi Dana, mereka cenderung menjadi lebih loyal terhadap aplikasi tersebut

### **Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pelanggan**

Hasil analisis menunjukkan bahwa keamanan mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dengan *path coefficient* sebesar 0.311. Selain itu, nilai *p-value* sebesar 0.005 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Penemuan ini mengindikasikan bahwa keamanan yang baik tidak hanya langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan tetapi juga memiliki dampak positif pada loyalitas pelanggan melalui peningkatan kepuasan. Artinya, ketika mahasiswa merasa aman menggunakan aplikasi Dana, kepuasan mereka terhadap aplikasi meningkat, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka terhadap aplikasi tersebut

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fitur Layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi angkatan2023.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi angkatan2023.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi angkatan2023
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fitur Layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi angkatan2023
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi angkatan2023.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fitur Layanan memiliki pengaruh signifikan

terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi angkatan 2023.

7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna aplikasi Dana di Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi angkatan 2023.

### Saran

Saran-saran yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Fokus pada Peningkatan Kepuasan Pelanggan: Mengingat bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sangat penting bagi pengelola aplikasi Dana untuk terus meningkatkan tingkat kepuasan pengguna. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti peningkatan kualitas layanan, responsif terhadap keluhan dan masukan, serta menyediakan fitur-fitur yang relevan dan bermanfaat bagi pengguna.
2. Optimalkan Fitur Layanan: Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, fitur layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, manajemen Dana harus terus mengembangkan dan mengoptimalkan fitur-fitur layanannya untuk meningkatkan kepuasan pengguna, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas secara tidak langsung.
3. Optimalkan Fitur Layanan: Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, fitur layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, manajemen Dana harus terus mengembangkan dan mengoptimalkan fitur-fitur layanannya untuk meningkatkan kepuasan pengguna, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas secara tidak langsung.
4. Tingkatkan Keamanan Aplikasi: Keamanan juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Dana harus terus memastikan bahwa aplikasi mereka aman digunakan dengan menerapkan teknologi keamanan terbaru, melakukan audit keamanan secara berkala, dan memberikan edukasi kepada pengguna tentang pentingnya menjaga keamanan akun mereka. Keamanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan secara tidak langsung meningkatkan loyalitas pelanggan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181> Di Akses20  
Diakses 20 Maret 2024
- Chazar, C. (2015). Standar Manajemen Keamanan Sistem Informasi Berbasis ISO/IEC 27001:2005. *Jurnal Informasi*, 7, 48-57.  
[https://www.academia.edu/download/54311290/04\\_-\\_STANDAR\\_MANAJEMEN\\_KEAMANAN\\_SISTEM\\_INFORMASI\\_BERBASIS\\_ISO\\_27001.pdf](https://www.academia.edu/download/54311290/04_-_STANDAR_MANAJEMEN_KEAMANAN_SISTEM_INFORMASI_BERBASIS_ISO_27001.pdf)  
Diakses 20 Maret 2024
- Fanulene, T. D., & Soediantono, D. (2022). Manajemen Rantai Pasok Pada Industri Pertahanan di Era Industri 4.0 dan Digital. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(4), 77-

85.

- <https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/download/307/230> Diakses 14 Juli 2024
- Iskandar, D., Dan Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 128-137). <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/download/3590/3321> Diakses 17 Juli 2024
- Indriana. (2020). “Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech” (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Dana) . *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 3 No.1. <https://jurnal.uia.ac.id/Kinerja/article/download/1280/738> Diakses 17 Juli 2024
- Indahsari, D. M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan(pertama). <http://repository.unitomo.ac.id/2773/> Diakses 14 April 2024
- Kotler, P., Dan Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* edisi 13 jilid 2
- Novyantri, R., & Setiawardani, M. (2021). The Effect Of E-Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As A Mediation Variable On Dana’s Digital Wallet (Study On Dana Users) . *International Journal Administration, Business & Organization*, 2(3), 49-58. <https://doi.org/10.61242/ijabo.21.174> Diakses 20 Juli 2024
- Nugroho J. Setiadi. (2019). *Perilaku Konsumen* Edisi 3
- Populix. (2022). Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps. <https://info.populix.co/articles/report/digital-banking-survey/> Diakses 14 April 2024
- Suhendry, W. (2021). Minat Penggunaan E-Wallet Dana Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 7(1), 46–56. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem> Diakses 20 Juni 2024
- Subrata, A., Yutanto, A., Sulastris Simangunsong, B. A., Hanom Simatupang, E. E., & Widodo, H. (2020). Dampak Sistem Pengamanan Data di Layanan OVO terhadap Peningkatan Penggunanya. *Indonesian Business Review*, 3(2), 103–126. <https://doi.org/10.21632/ibr.3.2.103-126> Diakses 16 Juli 2024
- Sugiyono . (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2012), *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sanaky, M. M., Saleh, L., & D. Titaley, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek . *Jurnal Simetrik*, 434. <https://www.ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalSimetrik/article/view/615/453> Diakses 16 Juli 2024
- Sanjaya, S., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Penggunaan Sosial Media Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Kepercayaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 1147-1157. <https://www.academia.edu/download/115564799/8262.pdf> Diakses 16 juli 2024
- Tjiptono, F., Dan Diana, A. (2020). *Pemasaran*.